

УСТЮЖАНИНА Д. А.
Сибирский федеральный университет

СМИ МАЛЫХ ГОРОДОВ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: АДАПТАЦИЯ КОНТЕНТА И ПЛАТФОРМ

Аннотация: Цель настоящего доклада — выявить особенности функционирования онлайн-ресурсов СМИ малых городов Красноярского края. Объектом работы является медиасистема региона, предметом — процессы конвергенции в СМИ. На основе контент-анализа 97 локальных интернет-медиа (сайты газет, теле- и радиоканалов, онлайн-издания) были сделаны выводы о медленном развитии этого сегмента медиасистемы. Несмотря на то, что большая часть редакций поддерживает сайты, преобладающей стратегией остается дублирование оффлайн-контента, как самостоятельная платформа онлайн-ресурсы практически не рассматриваются. Однако СМИ малых городов осваивают социальные сети как каналы дистрибуции контента.

Ключевые слова: локальные медиа, онлайн-СМИ, конвергенция, интернет, малые города.

USTYUZHANINA D. A.

LOCAL MEDIA IN THE DIGITAL ERA: CONTENT AND PLATFORM ADAPTATION

Abstract: The purpose of this paper is to explore the functionality of online media resources of small cities of the Krasnoyarsk region. The object of this research is the regional media system, the subject is media convergence. Based on the content analysis of 97 local Internet media (newspaper sites, television and radio channels, online publications), the study has identified the slow progress of this media system segment. Despite the fact that mostly they support their own sites, the dominant strategy remains is to copy offline content, online resources are almost not considered as an independent platform. However, they distribute their content via social media sites.

Keywords: local media, online media, convergence, internet, small cities.

Глобальные тенденции развития онлайн-медиа свидетельствуют о постепенном переходе все большей доли аудитории в интернет, о распространении подкастов, искусственного интеллекта, технологий дополненной и виртуальной реальности, журналистики больших данных, об увеличении разнообразия каналов дистрибуции контента (Reuters Digital News Report). Аналогичные процессы происходят и на уровне национальных, общероссийских СМИ: достаточно упомянуть о проектах РИА «Новости» в области AR и VR, о подкастах изданий «Медуза», «Полка», «Лайфхакер», о работе отдела дата-журналистики в «Новой газете» и т. д.

Перемены, произошедшие в работе мировых и федеральных СМИ в условиях цифровой эпохи, описаны в широком корпусе научной и профессиональной литературы, однако уровень развития локальных онлайн-медиа в регионах часто остается вне поля исследовательского внимания. Тем не менее нельзя не отметить ряд работ по этой тематике, в частности, статьи Л. Н. Кислой [1], С. Ю. Смирновой и Е. Г. Карповой [2] и других. Одна из магистральных проблем, которую они фиксируют, — отставание малой прессы в Сети от национальных и глобальных трендов.

Цель настоящей работы — выявить особенности функционирования онлайн-ресурсов СМИ малых городов Красноярского края. Объектом является медиасистема региона, предметом — процессы конвергенции в СМИ.

На 1 января 2020 года Красноярский край насчитывает 2,8 млн жителей. В 20 малых городах численностью от 10 до 180 тыс. сосредоточена приблизительно треть населения региона — свыше 950 тыс. человек. Медиасистема региона включает в себя как общекраевые СМИ, так и локальные (городские и районные издания). В силу большой протяженности и труднодоступности отдельных территорий в Красноярском крае лишь небольшое число СМИ (государственный и краевой телеканалы, краевое радио, газета «Наш Красноярский край», онлайн-издания) распространяет контент для всего населения, по большей части информационные потребности аудитории удовлетворяют местные медиа. В этой связи представляется важным прояснить вопрос об уровне их развития в контексте цифровой эпохи.

Для исследования из перечня зарегистрированных в регионе СМИ были отобраны теле- и радиоканалы, онлайн-ресурсы, общественно-политические и рекламно-информационные издания, распространяющиеся в малых городах Красноярского края, — всего 97 наименований, в том числе 30 телеканалов, 21 радиоканал, 37 печатных изданий, 9 сайтов. Анализ проводился по следующим критериям: учредитель, наличие сайта, тип онлайн-издания (визитка, интернет-версия, гибриды, собственно сетевое СМИ), наличие и вид дополнительного контента, использование мультимедийных форматов, размещение рекламы, посещаемость, разнообразие каналов дистрибуции контента.

Чуть более 57 % из отобранных для анализа традиционных изданий (телевидение, радио, пресса) размещают свой контент в онлайн-среде, в том числе свои сайты есть у 27 из 37 (72 %) газет, 17 из 30 (56 %) телеканалов и только у 4 из 17 (23 %) радиостанций. Низкие показатели электронных СМИ объясняются во многом тем, что телевидение и радио малых городов часто не имеет собственного вещания и лишь выступает сетевым партнером региональных или федеральных каналов. За редким исключением («Лимон ТВ», Канск, «Панорама», Зеленогорск, «Эфир», Боготол) локальные телеканалы, выпускающие собственный контент, имеют свои представительства в интернет-пространстве. Наличие или отсутствие сайта может объясняться также политикой учредителя. Так, сайты есть у всех газет, финансируемых из краевого бюджета, поскольку поддержка электронной платформы является частью государственного задания, на выполнение которого и поступают средства, в то время как среди муниципальных или коммерческих СМИ сайтов нет у половины.

Были обнаружены следующие типы сайтов СМИ: визитка (содержит только информацию о редакции, контакты, предложение рекламодателям) — 6; онлайн-версия (дублирует контент оффлайн-издания) — 29; собственно сетевое СМИ

(существует только онлайн) — 9; гибрид (контент оффлайнового издания дополнен материалами, созданными специально для сайта) — 10. Наиболее распространенной остается онлайн-версия печатного издания или телеканала. В таком случае рубрикация сайта совпадает с рубрикацией газеты, с названиями передач или темами сюжетов; на онлайн-платформе публикуется то же, что выходит в печать или в эфир; совпадает и частота обновления. Нередко новые материалы на сайте появляются только в день выхода номера, один или два раза в неделю.

Среди собственно сетевых СМИ можно обнаружить два типа: информационное агентство, специализирующееся на выпуске оперативных новостей, или городской портал, где журналистские материалы соседствуют с объявлениями, городским справочником, службой знакомств, форумом и справочником для жителей. Гибридные медиа включают в себя такой контент, как фоторепортажи, блоги, видеоматериалы (на сайтах газет), тексты новостей (на сайтах радио и ТВ), тесты, инфографику (произведенную не редакциями, а государственными ведомствами), спецпроекты, радиоэфиры, справочную информацию. Гибриды тяготеют либо к типу городского портала, где житель может найти для себя полезную неновостную информацию, либо к типу мультимедийного СМИ. Последняя разновидность ресурсов характерна для коммерческих телерадиокомпаний или холдингов, которые стремятся объединить на одной платформе сразу все свои проекты.

На сайтах 9 газет (30 %) можно скачать pdf-версию издания, причем в трех случаях на нее можно оформить платную подписку. На сайтах 4 телеканалов и одной радиостанции есть доступ к прямому эфиру. Лента новостей, обновляющаяся каждые 1-2 часа, есть на сайтах 15 изданий (6 — в онлайн-СМИ, 7 — печать, 2 — телеканалы); однако чаще всего издания обходятся без нее и публикуют новый контент несколько раз в течение дня — 22 из 97 (23 %). На 17 сайтах (30 %) размещается баннерная реклама, при этом рекламу публикуют в основном сайты газет и собственно сетевые СМИ, в то время как на онлайн-площадках теле- и радиоканалов она практически не встречается.

Локальные издания широко используют социальные сети для дистрибуции контента: регулярно обновляемые страницы во «ВКонтакте» есть у 45 СМИ, в Facebook — у 17, в «Одноклассниках» — у 34, в Instagram — у 17, в Twitter — у 6, на YouTube — у 21, в Telegram — у 3, в «Яндекс.Дзен» — у 1. Два издания поддерживают связь с аудиторией через Viber. Несмотря на это, востребованность сайтов среди аудитории остается довольно низкой и колеблется в пределах 100-400 посетителей в день. Исключение составляют информационное агентство «Запад 24» (Ачинск, 107 тыс. жителей), городской портал izgr.ru (Зеленогорск, 61,7 тыс. жителей), издание «Назарово онлайн» (Назарово, 49,7 тыс. жителей). На эти платформы ежедневно заходит в среднем 6 тыс. человек.

Проведенный анализ показал, что уровень развития сайтов СМИ в малых городах Красноярского края остается довольно низким и приблизительно соответствует общероссийской ситуации начала 2000-х годов, когда стали появляться онлайн-версии традиционных изданий. Мы видим, что по большей части редакции продолжают дублировать оффлайновый контент в Сети, им с трудом удастся монетизировать ресурсы и далеко до мультимедийности. В то же время издания освоили социальные платформы (в том числе как рекламную площадку). Причины

столь медленного развития требуют отдельного исследования, однако, по всей видимости, к ним стоит отнести недостаток финансирования, традиционную консервативность маленьких редакций и их аудиторий, ограниченность доступа к Сети в удаленных территориях (например на Крайнем Севере), отсутствие конкуренции со стороны других игроков.

Литература

1. Кислая Л. Н. Специфика сайтов районных изданий (на примере сайтов газет Новосибирской области) / Л. Н. Кислая. — Текст: электронный // Вестник НГУ. Сер.: История, филология. — 2013. — № 6. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-saytov-rayonnyh-izdaniy-na-primere-saytov-gazet-novosibirskoy-oblasti> (дата обращения: 14.02.2020).

2. Смирнова С. Ю., Карпова Е. В. Процессы конвергенции в региональных сетевых СМИ (на примере онлайн-ресурсов Республики Марий Эл) / С. Ю. Смирнова, Е. В. Карпова. — Текст: электронный // Ученые записки Казанского университета. Сер.: Гуманитарные науки. — 2016. — № 4. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessy-konvergentsii-v-regionalnyh-setevyih-smi-na-primere-onlayn-resursov-respubliki-mariy-el> (дата обращения: 14.02.2020).

3. Newman N., Fletcher R. Digital News Report 2018 / N. Newman, R. Fletcher et al. — Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. — 2018. — URL: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> (дата обращения: 14.02.2020).